

3. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні. Інститут демографії і соціальних досліджень. 2011. С. 39-46. URL: <https://dse.org.ua/archive/15/3.pdf>.
4. Руденко О.В., Кондратюк О.М., Горєва А.С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. Ефективна економіка. 2020. №11. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.102>.
5. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.

**Гук О. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Одним із чинників, що забезпечують стійке становище підприємства у сфері його діяльності, є його конкурентоспроможність [4]. Пошук і максимально швидке впровадження інноваційних технологій у роботу ресторанних закладів є актуальним завданням, що забезпечує не тільки конкурентоспроможність, а й життєздатність підприємства. У даному випадку інноваційність сприймається як здатність забезпечити об'єкта господарювання конкурентоспроможним продуктом. У наш час, розглядаючи інноваційні тенденції та актуальності на ринку споживачів, неможливо уявити ресторанний бізнес без інноваційних впроваджень. Нові технології, сучасні технологічні та інформаційні засоби дають змогу максимально швидко впроваджувати інновації залежно від потреб ринку у сфері ресторанного господарювання.

Оскільки харчування є невід'ємною частиною людського життя, а отже найприбутковішим видом бізнесу, то в наші дні забезпечення оптимального функціонування закладів харчування є вкрай необхідним атрибутом бізнес-стратегії підприємства. Під оптимальним функціонуванням слід розуміти конкурентоспроможність закладу господарювання з його вмінням адаптуватися до нових умов за рахунок впровадження інновацій.

У ресторанній сфері діяльності інновації можна поділити на такі види груп:

– маркетингові інновації. На сьогоднішній день складовою маркетингових інновацій є онлайн-бронювання, онлайн-замовлення з доставкою та онлайн-покупкою, популяризація в соціальних мережах, розробка веб-сайтів та мобільних

додатків, чат-боти, автоворонки і розсилки, застосування QR-коду, створення інтерактивного меню;

– продуктові інновації включають в себе: молекулярну кухню, оформлення страв, винахід рецептури та її патентування, розробку інноваційного меню, креативне оформлення страв;

– організаційні інновації це розробка та впровадження нових концепцій ресторанного бізнесу, відкриття фірмової мережі закладів ресторанного бізнесу, передові форми навчання обслуговуючого персоналу, нові форми управління та організації сервісної діяльності;

– ресурсні інновації включають у себе пошук нових джерел для зростання підприємства [1].

Модернізація та удосконалення господарської діяльності об'єкта господарювання за рахунок впровадження інновацій дає значні конкурентні переваги на ринку споживачів. Але для того щоб інновація була ефективною, вона має відповідати загальній бізнес-стратегії підприємства.

У зв'язку з тим, що сучасний ринок інноваційних можливостей досить різноманітний у виборі потенційних рішень, то перед упровадженням тієї чи іншої інновації в стратегію розвитку ресторанного бізнесу необхідно провести аналіз витрат, ризиків, переваг та можливостей відповідати конкретним потребам даного бізнесу. Проведення даного аналізу необхідне для визначення впроваджуваної МРV інновації, основне завдання якої лежить в отриманні зворотного зв'язку з метою формування гіпотез подальшого розвитку інноваційного продукту на підприємстві. Надалі, обґрунтування відповідних цінностей від інновацій дає можливість включити її в стратегічний план підприємства.

Впровадження інновацій дають змогу не тільки знизити витрати, водночас заощадивши бюджет, а й підвищити рентабельність бізнесу, що своєю чергою забезпечить йому низку конкурентних переваг [1].

Під час впровадження інноваційної стратегії в галузі ресторанного бізнесу можна спостерігати такі конкурентні переваги:

– витрати на інновації адаптуються під бізнес-потреби, часові рамки та зовнішні умови;

– чітко визначено плановані витрати на інновації на кілька років уперед, відповідно до передбачуваного розвитку бізнесу;

- поліпшене бюджетування, що дає змогу управляти фінансами ефективніше;
- поліпшена управлінська інформація, яка сприяє прийняттю обґрунтованих рішень;
- значне зменшення ризику потенційних фінансових проблем або банкрутства.

У наш час інноваційні технології розглядаються не тільки як драйвер підвищення ефективності бізнес-процесів, але також і як фактор, що забезпечує антикризове функціонування підприємств.

Ресторанний бізнес, як сфера обслуговування, виявився найбільш вразливим у зв'язку з пандемічною кризою і війною в Україні. Постійна зміна ситуацій на ринку (локдауни, блекаути) передбачає постійне впровадження інновацій, що також є об'єктивною потребою господарювання [1].

Інноваційна діяльність у сфері ресторанного бізнесу згідно з сучасними реаліями має охоплювати не лише сферу виробництва продукції та її споживання, а й виявляти особливості цільової аудиторії (за допомогою діджиталізації процесів) для подальшого прогнозування адресності з метою раціонального використання всіх видів ресурсів [2].

Інновації є важливим інструментом економічного зростання та розвитку в багатьох галузях сучасної економіки, зокрема ресторанного бізнесу. Найпоширенішою та найбільш затребуваною технологічною інновацією є digital-технологія, яка забезпечує якісний перехід і пристосування різного типу інновацій до сучасних умов ринку.

Незважаючи на те, що суть готельних і ресторанних послуг у сфері гостинності може здатися простою щодо нововведень, цей сектор, як і багато інших, зазнає впливу цілої гами технологічних інновацій і тенденцій. Впровадження актуальних технологій – ключ до успішної діяльності в готельно-ресторанній сфері. Використання інновацій та цифрових технологій сприяє збільшенню кількості клієнтів, розширенню продуктового асортименту та удосконаленню способів презентації продукції, а також пошуку новаторських рішень.

Ефективність закладу може бути підтримана завдяки конкурентоспроможності та правильному вибору стратегії розвитку, що враховує інноваційні

чинники. Інноваційна концепція та її комплексне впровадження можуть гарантувати конкурентоспроможність у готельно-ресторанній сфері [3].

### **Список використаних джерел**

1. Поворознюк І.М., Штангеева Н. Напрями інноваційного розвитку підприємств ресторанного господарства в кризових умовах. *Економічні горизонти*. 2023. № 2 (24). С. 30-38.
2. Поворознюк І.М. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2021. № 30. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17>.
3. Паска М., Радзімовська О., Гузенко І., Гузенко А., Холявка В. Інновації в готельно-ресторанній індустрії. *Humanities Studies*. 2022. № 12 (89), С. 153-159.
4. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Формування системи конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах цифровізації. Підприємство: сучасні виклики, тренди та трансформації: колективна монографія / за заг. ред. Гринько Т.В. Вид-во: ФОП Біла К.О. 2023. С. 121-186.

**Дуднік А. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Сучасний ресторанний бізнес стоїть перед низкою викликів, які вимагають стратегічного підходу та гнучкості в реагуванні на глобальні тенденції. Нові реалії суспільства вимагають від ресторанів не лише задоволення фізіологічних потреб, але й надання різноманітних культурно-розважальних послуг. Ця тенденція стала ключовою для великої частини ресторанних закладів, які активно впроваджують різноманітні культурно-розважальні програми для привернення та утримання клієнтів [1].

Утім, несприятлива економічна ситуація, зумовлена воєнними конфліктами, пандемією та іншими факторами, ставить підприємства громадського харчування перед серйозними викликами. Падіння доходів населення, зменшення туристичного потоку та зростання витрат створюють значні труднощі для забезпечення стабільності та прибутковості ресторанних закладів [2]. У зв'язку з цим, ресторани вимушені шукати нові стратегії та підходи до управління, щоб протистояти викликам часу та забезпечити свою конкурентоспроможність.